

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Adman Nursal. (2004). *Political Marketing: Strategi Menenangkan Pemilu, Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPD, DPRD*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Alie, Marzuki. (2013). *Pemasaran Politik di Era Multipartai*. Jakarta: Expose.
- Ardial. (2010). *Komunikasi Politik*. Jakarta Barat: PT. Indeks
- Ardianto, Elvianaro. (2011). *Handbook of Public Relations, Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, Anwar. (2003). *Komunikasi Politik: Paradigma-Teori-Aplikasi-Strategi Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Dewi Haroen. (2014). *Personal Branding: Kunci Sukses Berkiprah Di Dunia Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik: Antara Pemahaman Dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Jefkins, Frank. (2004). *Public Relations. Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Terjemah oleh Bob Sabran, M.M. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management 14th edition*. Global edition. Pearson prentice Hall.
- Kusnaedi. (2009). *Memenangkan Pemilu dengan Pemasaran Efektif*. Purwodadi: Duta Media Tama.
- Pawito. (2009). *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan, Cet-8*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Wasesa, Silih Agung. (2011). *Political Branding & Public Relations*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Sumber Jurnal:

Andrias, Moh. Ali & Nurohman, Taufik. (2013). Partai Politik Dan Pemilukada (Analisis Marketing Politik Dan Strategi Positioning Partai Politik Pada Pilkada Kabupaten Tasikmalaya). *Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan*. 1 (3), 352-372.

Ikhsan, Ridho Bramulya & Shihab, Muchsin Shagaf. (2010). "Political Marketing Mix dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Mahasiswa Universitas Lampung". *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*. 8.(16). 29-40.

Mujani, Saiful and R. William Liddle. (2010). "Indonesia; personalities parties, and voters". *Journal of Democracy*. 21. (2) 35-49.

O'Shaughnessy, Nicholas. (2001). "The Marketing of Political Marketing". *European Journal of Marketing*. 35. (9). 1047:1057.

Rini, Endang Sulistya. (2012). "Peran Pemasaran Politik Dalam Mempengaruhi Keputusan Pemilih". *Jurnal Ekonom*. 15. (4). 179-188.

Rizal, Syamsul. (2013). "Dimensi Kesadaran Merek dan Keputusan Konsumen Memilih Hermes Palace Hotel di Kota Banda Aceh". *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*. 1. (1). 27-41.

Sandra, Lidya Joyce. (2013). "Political Branding Jokowi Selama Masa Kampanye Pemilu Gubernur DKI Jakarta 2012 Di Media Sosial Twitter". *Jurnal E-Komunikasi*. 1. (2). 276-287.

Setiajid. (2011). "Orientasi Politik Yang Mempengaruhi Pemilih Pemula Dalam Menggunakan Hak Pilihnya Pada Pemilihan Walikota Semarang Tahun 2010". *Integralistik*. 1. 18-33

Widagado, Suwignyo. (2014). "Effect of Political Marketing Mix on Constituents Behavior in Selecting Candidates and Political Parties: Theoretical Studies in Legislative Elections". *International Journal of Business and Management Invention*. 3. (10). 47-54.

Sumber Internet:

Fernandez, Vivin. (2013). *Sejarah Pemilu*. [Online]. Tersedia: <http://vivinnagi.blogspot.co.id/p/sejarah-pemilu.html>. [15 September 2014]

Setiawan, Aries & Tanjung, Erick. (2014). *LSI: Golkar Unggul di Kalangan Pemilih Tua*. [Online]. Tersedia: <http://politik.news.viva.co.id/news/read/495634-lsi-golkar-unggul-di-kalangan-pemilih-tua>. [15 September 2014]

Romeltea. (2014). *Pemenang Pemilu Legislatif 2014: Gerindra, PDIP, dan PKB*. [Online]. Tersedia: <http://www.romelteamedia.com/2014/04/pemenang-pemilu-legislatif-2014.html>. [15 September 2014]

Sihaloho, Markus Junianto. (2014). Priyo: *Golkar Harus Makin Intensif Gapai Pemilih Muda*. [Online]. Tersedia: <http://www.beritasatu.com/nasional/208130-priyo-golkar-harus-makin-intensif-gapai-pemilih-muda.html>. [15 September 2014]

Gatra, Sandro. (2014). *Efek Pileg terhadap Pilpres 2014*. [Online]. Tersedia: <http://nasional.kompas.com/read/2014/05/02/1524549/Efek.Pileg.terhadap.Pilpres.2014>. [17 September 2014]

Simandjuntak, Fritze E. (2014). *Branding Calon Presiden 2014*. [Online]. Tersedia: <http://www.rmol.co/read/2014/05/12/154858/>. [17 september 2014]

AR, Hanta Yuda. (2014). *Prediksi Elektabilitas Partai pada Pemilu 2014 dan Tone Pemberitaan 15 Media Mainstream Pada Masa Kampanye*. [Online]. Tersedia: <http://www.poltracking.com/publikasi/rilis-riset-dan-survei/737-prediksi-elektabilitas-partai-pada-pemilu-2014-dan-tone-pemberitaan-15-media-mainstream-pada-masa-kampanye>. [15 September 2014]

Hutagalung, Jefri. (2014). *Sejarah Pemilihan Umum di Indonesia Hingga Pemilu 2014 (Indonesia Election 2014)*. [Online]. Tersedia: <https://jefrihutagalung.wordpress.com/2014/04/08/sejarah-pemilihan-umum-di-indonesia-hingga-pemilu-2014-indonesia-election-2014/>. [17 September 2014]

Mad, Kff. (2013). *Elektabilitas Partai Golkar Akan Turun Karena Kasus Atut, Tapi Tidak Seperti PD*. [Online]. Tersedia: <http://news.detik.com/berita/2448933/elektabilitas-golkar-akan-turun-karena-kasus-atut-tapi-tak-seperti-pd>. [17 September 2014]

Febrianty, Erlyn Herlina. (2014). *Analisis Strategi dan Pemasaran Politik yang digunakan Partai Politik untuk Memenangkan Pemilu*. [Online]. Tersedia: <https://www.facebook.com/notes/erlyn-herlina-febrianty/analisis-strategi-dan-pemasaran-politik-yang-digunakan-oleh-partai-politik-untuk/510791235715414>. [20 Oktober 2014]

Hendry. (2010). *Uji Validitas dan Reliabilitas*. [Online]. Tersedia: <http://teorionline.wordpress.com/2010/01/24/uji-validitas-dan-reliabilitas/>. [15 November 2014]

Djamil, Sabron. (2014). *Rapimnas Golkar. Matangkan Strategi Pemenangan Pemilu 2014*. [Online]. Tersedia: <http://sabroncenter.blogspot.com/2013/08/golkar-matangkan-strategi-pemilu-2014.html#sthash.u4PhTLFL.dpuf>. [4 November 2014]

Kusumawardhani, Hetty. (2012). *Positioning dan Pembentukan Citra Partai Politik melalui Koalisi*. [Online]. Tersedia: <http://hettykusuma.blogspot.com/2012/11/positioning-dan-pembentukan-citra.html>. [15 Desember 2014]

Widyanto, Guntur. (2014). *Pencitraan Melalui Media dan Elektabilitas Partai Politik*. [Online]. Tersedia: <http://gunturwidyanto.blogspot.com/2014/03/pencitraan-melalui-media-dan.html>. [15 Desember 2014]

Zulfikar, Muhammad. (2015). *Poros Muda Golkar: Citra Golkar Akan Merosot Jika Terus Berkonflik*. [Online]. Tersedia: <http://www.tribunnews.com/nasional/2015/01/06/poros-muda-golkar-citra-golkar-akan-merosot-jika-terus-berkonflik>. [5 Juni 2015]

Raf. (2015). *Konflik Golkar Diprediksi Munculkan Partai Baru*. [Online]. Tersedia: <http://citraindonesia.com/konflik-golkar-diprediksi-munculkan-partai-baru/>. [5 Juni 2015]

Wikipedia. (2015). *Partai Golongan Karya*. [Online]. Tersedia: https://id.wikipedia.org/wiki/Partai_Golongan_Karya. [5 Juni 2015]

Tokan, Fredryk. (2015). *Involusi Politik Partai Golkar*. [Online]. Tersedia: <http://kupang.tribunnews.com/2015/05/11/involusi-politik-partai-golkar>. [7 Juni 2015]